Письмо редактора
(информационно-методическое письмо)

Уважаемые коллеги!

Работники культуры знают, как важен имидж и учреждения, и его руководителя, и культурного продукта. Популярны те культурно-досуговые учреждения, которые имеют свой бренд. Чтобы КДУ было узнаваемо, необходимо создать его целостный имидж. Результатом создания позитивного имиджа станет повышение престижа (авторитета) организации среди различных групп населения.

На формирование имиджа влияет множество факторов: история организации, качество предоставляемых услуг, уровень обслуживания посетителей, личность руководителя, фирменный стиль и др.

Фирменный стиль выступает в качестве одного из главных средств создания имиджа организации.

Фирменный стиль складывается из ряда элементов:

- фирменный знак (эмблема) — оригинально оформленное графическое изображение;
- логотип — словесно-изобразительный символ, представляющий собой полное или сокращенное название организации;
- слоган — краткая фраза, выражающая основной смысл деятельности (девиз организации);
- фирменная одежда — униформа для сотрудников организации;
- фирменная цветовая гамма — определенный цвет или сочетание нескольких цветов, постоянно используемых во внешнем и внутреннем оформлении зданий и помещений организации.

Фирменный знак (эмблема) и логотип могут составить единый фирменный блок, который будет помещаться на наружных вывесках и внутренних стендах, официальном сайте учреждения, визитках, бейджах сотрудников, рекламной продукции (плакатах, афишах, баннерах и др.). На сувенирную продукцию (ручки, блокноты, настольные и карманные календари) тоже нужно наносить фирменный знак и логотип, а также поместить адресные сведения (адрес, телефон, адрес сайта).

Большое значение для создания привлекательного имиджа имеет внешний и внутренний вид учреждения. При оформлении экстерьера и интерьера необходимо использовать выбранную цветовую гамму (как правило, это сочетание двух цветов). Фирменную цветовую гамму желательно использовать и в деталях рабочей одежды (например, шейного платка для сотрудниц).

Важным средством формирования имиджа организации является реклама. Необходимо определить каналы распространения рекламных сообщений. Это могут быть печатные издания, бегущая строка на местном телевидении, информация по радио, в социальных сетях, на официальном сайте учреждения.

Для мероприятия, которое проводит учреждение культуры, необходимо разработать единую полиграфию. Афиша, листовка, флаер, программа, пригласительный билет и другая полиграфическая продукция должны быть выполнены в едином стиле. Тогда мероприятие будут узнавать и участники, и зрители. Они должны ассоциировать его только с вашим учреждением и ни с каким другим больше.

Критериями правильного построения имиджа организации являются:

- высокая конкурентоспособность (постоянная востребованность у населения предлагаемых учреждением услуг);
- регулярное освещение деятельности учреждения в средствах массовой информации, причем с положительной стороны;
- участие органов власти и местного самоуправления в решении насущных проблем, возникающих у учреждения;
- наличие спонсоров, оказывающих учреждению финансовую, материальную и прочую поддержку на долговременной основе;
- высокий уровень доверия к учреждению со стороны социальных и деловых партнеров.

Если присутствуют все перечисленные выше факторы, то можно заключить, что у учреждения сформировался позитивный имидж.

Важно помнить, что в формирование имиджа должен быть вовлечен каждый сотрудник учреждения. Только тогда имидж может стать реальным конкурентным преимуществом учреждения и залогом успеха его деятельности.

В ряде территорий Алтайского края — Бийском, Советском, Троицком, Целинном районах, городах Бийске, Новоалтайске, Рубцовске, Славгороде, ЗАТО Сибирский — культурно-досуговые учреждения успешно работают над созданием своего фирменного стиля (см. Приложение).

(При подготовке информационно-методического письма использованы материалы журнала «Справочник руководителя учреждения культуры»)

С уважением,
Н.А. Кучуева, зав. сектором
информационно-издательской
деятельности АГДНТ

Приложение

Городской Дом Культуры

GDK_SLAVGOROD

ул. Карла Маркса, 167

8 (38568) 5-19-46

gdk-slavgorod.ucoz.net

Городской Дом Культуры

города Славгорода

Это современный культурный центр. Его сценические пространства позволяют реализовывать самые разнообразные проекты: большие концертные программы и камерные мероприятия, творческие встречи и спектакли... Здесь находится современный 3D кинозал. Работает кафе. Для любителей хорошей музыки на главной сценической площадке регулярно проходят «живые» концерты, а общественные пространства используются как место комфортного досуга, общения и творческой реализации горожан.

Так уж исторически сложилось, что одним из основных направлений работы Дома Культуры было и остается вокальное творчество. В этом контексте наибольшего внимания заслуживают два народных коллектива Алтайского края - «Театр песни «Вересковый мед»и «Славенка». Они разительно отличаются друг от друга по стилю, несмотря на то, что работают в одном жанре. Это позволяет использовать их потенциал с максимальной отдачей при организации мероприятий, находить интересные решения в музыкальных спектаклях и уличных массовых постановках.

Народный коллектив Алтайского края «Театр песни «Вересковый мед».

Руководитель: Елена Ткачева.

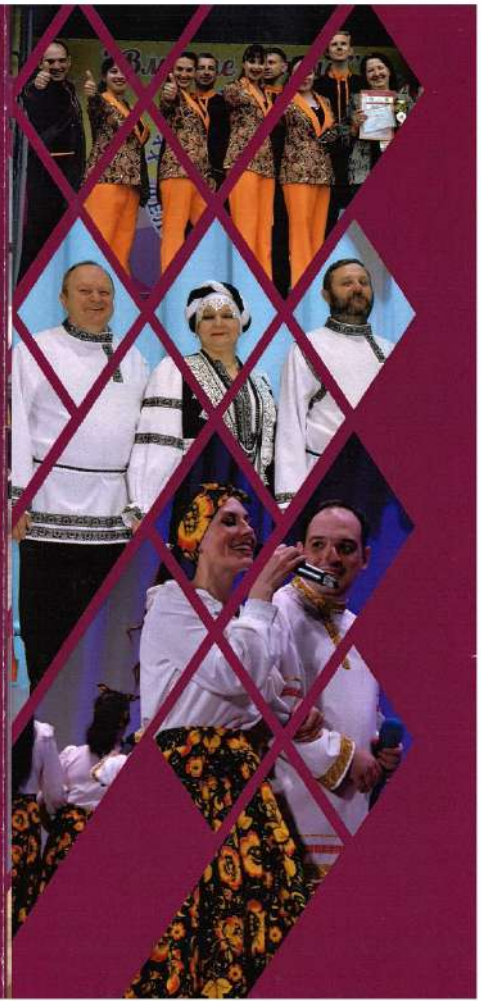
«Вересковый мед» начал свое существование в 2013 году. Он работает в различных вокальных жанрах, отдавая предпочтение народной песне и стилизации народной песни. Работают как «а капелла», так и с музыкальным сопровождением.

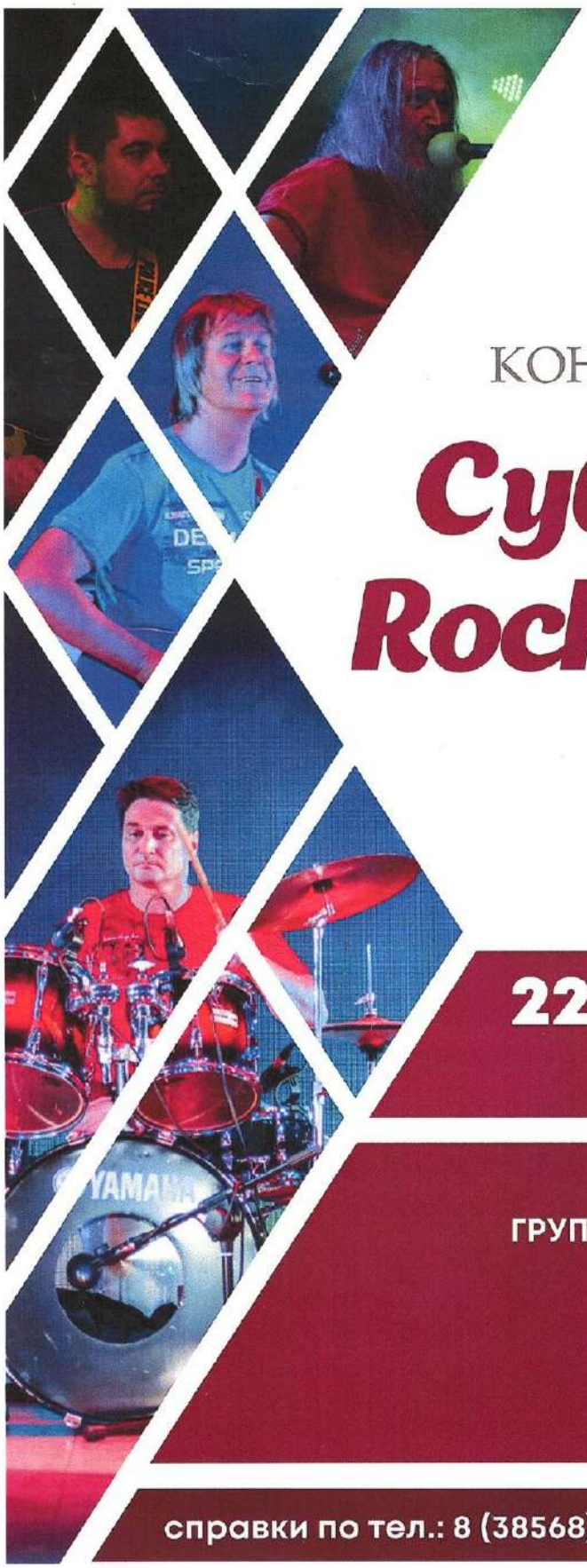
Каждый выход «Верескового меда» на сцену - это своеобразный мини спектакль, в котором тщательно продумано все: распределение вокальных партий, костюмы, танцевальные движения. В коллективе есть свой хореограф, который сам является вокалистом. Поэтому каждая песня аранжируется под конкретную постановку, дабы учесть дыхание, движение и костюм. Все это в сумме рождает номер.

В театре песни работает 2 состава. Основной «молодежный», в котором исполнители от 18 до 40 лет. У многих из них есть музыкальное образование. Это сплоченный, достаточно профессиональный коллектив. И есть «взрослый» любительский состав, в котором занимаются люди от 40 до 65 лет. Его участники собрались вместе, чтобы просто «петь для себя». Но сложилось так, что они тоже вышли на сцену, и стали самодостаточным коллективом. Два состава нередко работают на сцене вместе, порой привлекая и подростковые вокальные группы. Тогда рождаются массовые красочные номера с участием 20 и более человек.

Залогом высокого уровня исполнительского мастерства, по мнению руководителя коллектива, является работа по четкому репетиционному графику, соблюдение которого закон для всех, и особый настрой на результат. Когда коллектив только начинал работать, не было задачи участвовать в конкурсах и побеждать в них. «Вересковый мед» было обычным концертирующим коллективом. Когда же конкурсы плотно вошли в его жизнь, то победа стала целью.

На сегодняшний день народный коллектив Алтайского края «Театр песни «Вересковый мед» является победителем краевых, всероссийских и международных конкурсов. Из последних наград –





Городской Дом Культуры г. Славгород

КОНЦЕРТ РОК-ГРУПП

Субботний Rock 'n' Roll

22 МАЯ

19:00

В ПРОГРАММЕ:

ГРУППА «ROCK AND ROLL MUSIC»
(г. Славгород)

ГРУППА «ОБЛАКО»
(г. Яровое)

цена билета 100 ₽

справки по тел.: 8 (38568) 5-19-46

16+

Благодарность

Выражаем Вам признательность за активную жизненную позицию, участие в концертах, конкурсах и фестивалях, популяризацию и развитие народной культуры. Желаем Вам удачи и успехов во всех творческих начинаниях, неисчерпаемой энергии, крепкого здоровья и благополучия. Надеемся на дальнейшее сотрудничество.

Председатель комитета по культуре и молодежной политике администрации города Славгорода

О.В. Коваленко

г. Славгород, 2022 г.

ВСЕГДА ЕСТЬ ПОВОД ПРИЙТИ!

СЕНТЯБРЬ / SEPTEMBER 2021

НЕДЕЛЯ WEEK	ПОНЕДЕЛЬНИК MONDAY	ВТОРНИК TUESDAY	СРЕДА WEDNESDAY	ЧЕТВЕРГ THURSDAY	ПЯТНИЦА FRIDAY	СУББОТА SATURDAY	ВОСКРЕСЕНЬЕ SUNDAY
35	30	31	1	2	3	4	5
36	6	7	8	9	10	11	12
37	13	14	15	16	17	18	19
38	20	21	22	23	24	25	26
39	27	28	29	30	1	2	3

г. Славгород, 2022 г.